

Satellifax

Le premier quotidien de l'audiovisuel

Vendredi 11 septembre 2009 - N° 3219

page 1 / 15

**Jusqu'à début septembre,
chaque jour à 15h, votre
Satellifax tout gratuit.
Toute l'équipe de Satellifax
vous souhaite une bonne rentrée !**

CONFIDENTIEL : page 1

- **DISNEY CHANNELS FRANCE** : appel d'offres avant la fin 2009
- **PHARE OUEST PRODUCTIONS** : départ du groupe Lagardère
- **PERNEL MEDIA** : acquisition des droits d'adaptation de *Cash Cab* auprès de All3Media

A LA UNE : page 2

- **F. MITTERRAND** : RNT et TMP doivent bénéficier du grand emprunt

TV SUR CABLE ... : page 2

- **MEZZO** : nouvel habillage ; passage au 16/9 ; une chaîne HD et plate-forme VoD
- **EURONEWS** : la radio-TV turque entre au capital à hauteur de 15,7 %
- **TELESSONNE** : à 20 ans, la chaîne espère être diffusée en numérique hertzien

INSTITUTIONNEL : page 3

- **SEMINAIRE / NUMERIQUE** : trois propositions de Michel Boyon pour l'audiovisuel

INDUSTRIE DES PROGRAMMES : page 4

- **TVFI / CNC** : baisse des ventes de programmes français à l'étranger de 7,3 %

ENTREPRISES ET MARCHES : page 6

- **LAGARDERE ACTIVE** : nouveautés dans les activités de diversification
- **FRANCE TELEVISIONS ENTREPRISES** : nouveau nom de la filiale commerciale de FTV

ENTREPRISES : MOUVEMENTS : page 6

- **MEZZO** : départ du directeur

PROGRAMMES, AUDIENCES : page 7

- **LAGARDERE ACTIVE / RENTREE DES CHAINES** : 47 % de productions propres et inédites
- **GULLI** : continuer à être la référence sur les enfants et poursuite de la conquête du public familial
- **CANAL J** : une rentrée placée sous le signe de l'aventure et de la comédie
- **TIJI** : 115 heures de programmes nouveaux et arrivée des mascottes Tijinou et Tijibelle en série
- **VIRGIN 17 / RENTREE 2009-2010** : « On a tout changé ou presque »
- **JUNE** : « Une bouffée d'air frais et de légèreté dans un monde de brutes »
- **MCM** : relance de la chaîne ; renforcement sur les thématiques mangas, jeux vidéo, glisse
- **L'EQUIPE TV** : « Traiter le sport sous tous les angles »
- **ORANGE CINEMA SERIES** : prenez place *Dans mon cinéma*

PLAN DE FINANCEMENT : page 14

- **LADY BAR 2**

Et les rubriques **Nominations** (p 7), **Vidéo, vidéo à la demande** (p 7), **Revue de presse** (p 10), **Verbatim** (p 12), **Agenda** (p 13), **Baromètre hebdo des meilleurs écrans** (p 15).

Confidentiel

- **DISNEY CHANNELS FRANCE** : appel d'offres avant la fin 2009

Selon nos informations, **Disney Channels France** lancera avant la fin 2009 un appel d'offres sur les chaînes **Disney Channel, Playhouse, Disney XD** (ex-Jetix). Cet appel portera

sur la production de **séries d'animation**, de séries de **fiction**, de documentaires de **casting** à dimension éditoriale avec participation des enfants.

- **PHARE OUEST PRODUCTIONS** : départ du groupe Lagardère

Selon nos informations, **Phare Ouest Productions**, la société de production d'**Arnaud Poivre d'Arvor** et de

Sébastien Brunaud, a quitté le groupe Lagardère.

- **PERNEL MEDIA** : acquisition des droits d'adaptation de *Cash Cab* auprès de All3Media

Selon nos informations, **Pernel Media**, la société de production de **Samuel Kissous**, a acquis les **droits d'adaptation** pour la France et la Belgique de *Cash Cab*, un format de la société britannique All3Media. *Cash Cab* est un jeu qui se déroule dans un taxi où les clients doivent bien répondre aux questions pour arriver à destination et gagner un

peu d'argent, sinon le chauffeur les débarque sans les emmener à bon port. Ce jeu, connu dans le monde entier, vient de remporter l'*Emmy Award du meilleur jeu* aux Etats-Unis pour la deuxième année consécutive. Pernel Media a présenté ce jeu à des diffuseurs.

**Nouvel opérateur alternatif sur le marché de la prestation audiovisuelle,
recherche dans le cadre de son développement un(e) :**

RESPONSABLE COMMERCIAL (E) EN CDI

Descriptif complet de l'offre et contact <http://files.satellifax.com/annonces/090911RC.pdf>

■ F. MITTERRAND : RNT et TMP doivent bénéficier du grand emprunt

Le lancement de la **radio numérique terrestre et de la TV mobile personnelle** font partie des **trois « grands chantiers »** que **Frédéric Mitterrand**, ministre de la Culture et de la Communication, **soumettra à la commission chargée de la réflexion sur le grand emprunt national**, pilotée par les anciens Premiers ministres **Michel Rocard** et **Alain Juppé**. C'est ce qu'a indiqué hier le ministre lors du séminaire gouvernemental « Numérique : investir aujourd'hui pour la croissance de demain ». « Cet enjeu n'est pas technique, il est éthique et politique », a dit Frédéric Mitterrand à ce sujet. Il a, au passage, **regretté que « la télévision par internet et les webradios échappent, à ce jour, aux garanties d'une autorité comme le CSA**, qui permet à la télévision et à la radio hertziennes d'être des espaces civilisés ». « **Nous devons accélérer et développer une transition des médias traditionnels vers le numérique** », qu'il voit comme « une nécessité pour préserver le financement et l'exposition de la diversité culturelle ». « C'est une urgence à laquelle le grand emprunt peut permettre de répondre », selon lui.

Les deux autres « chantiers » évoqués par le ministre concernent, d'une part, **la numérisation des salles de cinéma et du patrimoine cinématographique « pour que nos films et créations audiovisuelles soient prêts à être vus en HD »**, et d'autre part, la numérisation des œuvres imprimées. Le ministre a affirmé avoir « identifié la révolution numérique comme un enjeu central pour le ministère de la Culture et de la Communication », et attache une importance particulière à la numérisation du patrimoine et de la création. Il a notamment cité en exemple le CNC, sur le point de lancer « un vaste plan de numérisation de la production audiovisuelle et cinématographique », comprenant quelque 13 000 films et 70 000 heures de diffusion audiovisuelle. L'Ina, de son côté, a déjà numérisé son fonds vidéo, et numérisera 236 850 heures de radio d'ici 2015. Le ministre a par ailleurs plaidé pour la **mise en place sur internet d'une « porte d'entrée unique du patrimoine culturel français sur internet »**. « Il en va de l'accès à la culture et au patrimoine dans la société d'aujourd'hui et de demain qui passera par le numérique ou ne sera pas », a affirmé Frédéric Mitterrand.

TV sur câble, satellite, ADSL, mobiles

■ MEZZO : nouvel habillage ; passage au 16/9 ; une chaîne HD et plate-forme VoD

La rentrée 2009-2010 de **Mezzo**, chaîne de la musique classique et du jazz, sera marquée par **deux chantiers majeurs**, a souligné hier **Emmanuelle Guilbart**, directrice des activités télévision de **Lagardère Active**, lors de la conférence de rentrée. Le premier objectif est d'améliorer la **proximité avec les téléspectateurs**. Dans cette optique, la chaîne se dotera, en novembre, d'un **nouveau logo et d'un nouvel habillage, plus lumineux et chaleureux**, en novembre, a-t-elle précisé, annonçant également le lancement d'une **campagne grand public** dans le courant du mois. Le second chantier porte sur l'**innovation**, a-t-elle indiqué, annonçant le passage au 16/9ème à la fin de l'année et le lancement fin 2009 de **Mezzo Forte**, une

nouvelle chaîne éditée par Mezzo, **100 % HD**. Elle retransmettra les plus grands opéras, concerts, ballets de la chaîne et quelques programmes exclusifs. Enfin, autre lancement : la plate-forme **Mezzo VoD** avec plus de 500 heures en catalogue. Déjà accessible aux abonnés du câblo-opérateur **Ono en Espagne** et sur Hot en Israël, le service sera disponible sur Numericable en décembre puis sur d'autres réseaux en France et à l'international. Le câblo-opérateur proposera un **pass Mezzo SVoD** avec une trentaine de contenus renouvelés tous les mois.

Détenue à **60 % par Lagardère et 40 % France Télévisions**, la chaîne rassemble plus de 16 millions de foyers abonnés dans 39 pays.

■ EURONEWS : la radio-TV turque entre au capital à hauteur de 15,7 %

La **Radio-Télévision Turque (TRT) entre dans le capital d'EuroNews à hauteur de 15,7 %**, a annoncé hier EuroNews. La TRT devient le **quatrième actionnaire d'EuroNews**, après France Télévisions (25,37 %), Rai (22,84 %) et RTR (16,94 %). Un accord, entré en vigueur le 6 août, a été conclu entre les deux

partenaires. Il fait suite au partenariat signé le 27 février concernant **le lancement de la version turque d'EuroNews 24 h / 24**. **Celui-ci interviendra en janvier 2010**. Le Turc deviendra alors la 9ème langue d'EuroNews, avec l'allemand, l'anglais, l'arabe, l'espagnol, le français, l'italien, le portugais et le russe.

■ NEUFBOX SFR : arrivée des offres Canal+ Weekend et Initial

SFR annonce l'arrivée dans son offre de TV sur ADSL des nouvelles offres « Canal+ Weekend » et « Initial par CanalSat », lancées en cette rentrée par le Groupe Canal+. Elles sont disponibles depuis mercredi, précise l'opérateur. Canal+ Weekend, commercialisée à **15 € par mois pour un abonnement de 12 mois**, donne accès à la chaîne Canal+ du vendredi 19 h au **dimanche 21 h** sur le canal 4 de la Neufbox. L'offre Initial par CanalSat est commercialisée à **9,99 € par mois pour un abonnement de 12 mois**. Elle propose une cinquantaine de

chaînes sur des thématiques telles que la musique avec MCM, la découverte avec Voyage, la jeunesse avec Télétoon, le sport avec Sport+, ou le cinéma avec Ciné FX et Ciné Polar. L'offre Initial est accessible sur la Neufbox « directement via l'univers CanalSat », ajoute l'opérateur. Interrogé, SFR nous précise que l'offre Canal+ Weekend est accessible pour les abonnés équipés d'un décodeur Mpeg-2 ou Mpeg-4 (HD ou non), et que l'offre Canal+ Initial est accessible uniquement aux abonnés équipés d'un décodeur Mpeg-4 (HD ou non).

MIPCOM 2009
5-9 oct

**Tout savoir sur les performances
des programmes TV dans le monde**

Retrouvez toute l'équipe d'Eurodata TV Worldwide
sur le stand 06.10

+80 territoires +2000 chaînes 1 guichet unique

info@eurodatatv.com
www.eurodatatv.com

eurodataTV
worldwide

TV sur câble, satellite, ADSL

■ TELESSONNE : à 20 ans, la chaîne espère être diffusée en numérique hertzien

Diffusée sur le câble, le satellite et l'ADSL, la chaîne locale **Télessonne, qui fête ses 20 ans, espère prochainement être diffusée en numérique hertzien dans le département de l'Essonne.** « Nous avons entamé une **démarche active auprès du CSA** pour obtenir une fréquence TNT sur notre territoire », nous a indiqué hier **Frédéric Louis**, le dg de la chaîne. Il précise avoir soumis au Conseil une demande concernant le **canal 67 de la TNT, actuellement mis à disposition du ministère de la Défense.** L'idée serait de diffuser temporairement la chaîne sur cette fréquence en attendant, peut-être, l'attribution d'une fréquence TNT locale définitive par le CSA après l'extinction de l'analogique, explique Frédéric Louis. La chaîne attend une réponse du CSA d'ici la fin de l'année. A l'occasion de ses 20 ans, la chaîne met en place un **nouveau décor, réalisé en**

interne, et un nouvel habillage, conçu par le graphiste **Pierre Mouchet.** Une programmation spéciale est prévue en décembre, avec des « rétrospectives, du spectacle, des invités prestigieux ou inattendus, des images insolites », selon la chaîne.

Dotée d'un **budget de 1,9 M€** Telessonne est une des rares chaînes locales à l'équilibre. Une situation due à sa structure capitalistique de **société d'économie mixte, financée à plus de 50 % par le conseil général de L'Essonne.** Le reste de l'actionnariat est réparti entre d'autres collectivités locales, la Chambre de commerce et de l'industrie locale, et le câblo-opérateur Numericable (15 %). La chaîne mène actuellement une étude d'audience avec Médiamétrie. La dernière, effectuée fin 2007, la créditaient d'une audience cumulée hebdomadaire d'environ 200 000 téléspectateurs, selon Frédéric Louis.

■ GLOBECAST : quatre nouvelles chaînes CCTV diffusées en Europe

GlobeCast (France Télécom) annonce la diffusion de **4 nouvelles chaînes du groupe chinois CCTV via le satellite Eurobird 9A.** Il s'agit des chaînes CCTV-4, CCTV Espanol, CCTV Russian et CCTV Arabia. Leur diffusion sera

paneuropéenne, selon GlobeCast. La filiale de France Télécom diffuse déjà CCTV-Arabie au Moyen-Orient et en Afrique du nord via le satellite Badr-6.

Institutionnel

■ SEMINAIRE / NUMERIQUE : trois propositions de Michel Boyon pour l'audiovisuel

Michel Boyon, président du CSA, a formulé hier, lors du séminaire gouvernemental « Numérique : investir aujourd'hui pour la croissance de demain », **trois propositions concernant l'audiovisuel**, dans le cadre des travaux de la commission sur le grand emprunt national conduits par les anciens premiers ministres **Michel Rocard** et **Alain Juppé.** La commission doit rendre ses travaux en novembre. Afin d'empêcher toute fracture numérique audiovisuelle, Michel Boyon a proposé d'**investir une partie du grand emprunt dans les réseaux de TV mobile personnelle et de radio numérique terrestre.** Le président du CSA a évoqué, à cette occasion, la possibilité de mettre en place, « le cas échéant », une aide à la diffusion numérique en faveur de certains opérateurs comme les radios associatives.

Deuxième proposition : pour soutenir le développement de contenus audiovisuels innovants, le président du CSA suggère de **recentrer « progressivement » le soutien à la production de ces contenus.** Michel Boyon a souligné sur ce point que « produire en HD devient une nécessité » et qu'en ce domaine, « la France a de l'avance ». Pour lui, le secteur de l'animation devrait être parmi les premiers à généraliser la production en HD. Troisième proposition : **valoriser les contenus audiovisuels dans l'ère numérique en ouvrant une bibliothèque des œuvres patrimoniales françaises et francophones.** Dans son idée, cette bibliothèque numérique serait « aussi une librairie », qui ferait « des promotions » sur ses œuvres.

■ NUMERIQUE : le très haut débit doit bénéficier du grand emprunt, selon F. Fillon

Le Premier ministre **François Fillon** a souhaité hier que **le numérique, et notamment le développement de l'internet très haut débit via la fibre optique, bénéficie du grand emprunt national.** « L'économie numérique est évidemment une très grande priorité nationale sur laquelle nous voulons faire porter les efforts d'investissement de ces prochaines années », a déclaré le Premier ministre en clôture du séminaire gouvernemental « Numérique : investir aujourd'hui pour la croissance de demain ». « Il me semble particulièrement pertinent que la commission de réflexion sur les priorités stratégiques d'investissement et l'emprunt national, coprésidée par Alain Juppé et Michel Rocard, **regarde de très près les modalités de mobilisation des ressources de cet emprunt pour accélérer le déploiement du très haut débit** sur notre

territoire », a-t-il ajouté. Il s'est néanmoins gardé de « s'immiscer » dans ses travaux. La commission doit rendre ses conclusions en novembre. Avant l'intervention de François Fillon, **Alain Juppé** avait déclaré hier matin que **le numérique avait « toutes ses chances »** de faire partie des **choix finaux.** **Michel Rocard** s'était montré **plus réservé.**

Le chef du gouvernement a fait le constat que « le numérique est un **gisement de croissance et d'emplois considérable** » que « la France **néglige trop** » en raison notamment de **l'insuffisance de l'effort de recherche.** A propos de la **fibre optique**, il a souhaité que « **l'investissement public** » soit « **complémentaire de l'initiative privée** » avec pour « objectif » de donner à tous les Français « l'accès au très haut débit ».

Nouvel opérateur alternatif sur le marché de la prestation audiovisuelle, recherche dans le cadre de son développement un(e) :

RESPONSABLE COMMERCIAL (E) EN CDI

Descriptif complet de l'offre et contact <http://files.satellifax.com/annonces/090911RC.pdf>

Institutionnel

■ SCAM : satisfaction et encouragement de la politique de documentaire de FTV

La Scam s'est réjouie des succès d'audience des documentaires *Apocalypse*, d'Isabelle Clark (CC&C et l'ECPAD pour France 2) et de *102' qui ont changé le monde*, de Nicole Rittenmeyer (Siskel, Jacobs Productions pour France 3), dans un communiqué hier. La société civile encourage « France Télévisions à poursuivre » ses efforts et rappelle qu'elle demande depuis des années « aux

dirigeants de France Télévisions de diffuser le documentaire en prime time ». « France Télévisions doit donc continuer à innover en acceptant de la part des auteurs des sujets plus inédits et des écritures toujours plus audacieuses car le formatage et les sujets à la mode sont désormais les dangers de cette nouvelle programmation », conclut le communiqué.

Industrie des programmes

■ TVFI / CNC : baisse des ventes de programmes français à l'étranger de 7,3 %

Satellifax / résumé : Les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger ont reculé de 7,3 % (110 M€) en 2008 du fait notamment des premiers effets de la crise et d'une fragmentation toujours plus prononcée du marché international audiovisuel. Fait marquant : les ventes de fiction ont enregistré une forte hausse l'an passé. Les trois genres - fiction, documentaire et animation - font ainsi quasi jeu égal dans les résultats 2008 et représentent 78,4 % des ventes totales de programmes français.

Après trois années de hausse, les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger ont enregistré un recul de 7,3 % à 110 M€ en 2008, ont annoncé hier TV France International et le CNC, à l'occasion de la traditionnelle conférence de presse de présentation de leur étude dressant le bilan 2008 des exportations, organisée dans le cadre du Rendez-vous de Biarritz. Selon Mathieu Béjot, délégué général de TVFI, même si son véritable effet devrait se faire ressentir sur les ventes 2009, la crise économique a d'ores et déjà eu, l'an passé, un premier impact sur l'activité commerciale. Celle-ci, par ailleurs, continue à souffrir de « la poursuite de la fragmentation des marchés ».

« Là où, il y a plusieurs années, les ventes se réalisaient majoritairement avec des chaînes hertziennes, il y a maintenant beaucoup de petites chaînes. Le volume horaire est souvent en progression mais le chiffre d'affaires plutôt en baisse », a-t-il précisé. Les exportateurs français ont ainsi franchi la barre des 40 000 heures vendues », a-t-il ajouté. « Là où l'on faisait un acte de vente à 10, on fait maintenant 10 actes à 1 », a résumé le patron d'Amperand, Jean Dufour. Il a toutefois souligné « l'émergence de certains nouveaux entrants sur les plates-formes IPTV ; cela commence à être significatif sur certains marchés comme la Corée ou la Grèce, où les prix rejoignent ceux du câble et du satellite ». La VoD reste encore marginale et les ventes Inflight représentent « de bons débouchés », a-t-il ajouté, insistant toutefois sur les « problèmes d'identification de ces nouveaux acteurs ».

Si l'on élargit la définition de l'exportation aux ventes + préventes, 2008 se conclut sur une quasi stabilité à -1,5 % à 150,4 M€ : avec 40,4 M€, les préventes enregistrent elles une forte hausse de 19,1 %, notamment grâce à un bond de 103,8 % de la fiction (15,5 M€ contre 7,6 M€ en 2007). Avec cette forte progression, la fiction « représente 38 % des préventes totales contre 22 % en 2007 », a indiqué Benoît Danard, directeur des études du CNC. Il est toutefois difficile d'analyser ces évolutions de l'activité de préventes en termes de tendances de marché sur du moyen ou long terme. Hormis le cas de la Belgique et la Suisse dont les diffuseurs « ont besoin des préventes pour s'assurer de pouvoir diffuser les programmes avant les chaînes françaises », leur montant réalisé est souvent dépendant de productions spécifiques au budget important. *Coco Chanel* (AB Productions, Pampa Production, France 2), également coproduit avec les Etats-

Unis et la Belgique, représente ainsi 65,3 % des 7 M€ de préventes réalisées en Italie et *Affaires de famille* (Expand Drama, Breakout Films, France 2, Canal+) 45 % des 8 M€ de préventes canadiennes.

Ventes : fiction, doc et animation quasiment au même niveau

En terme d'exportation au sens strict (ventes exclusivement), l'un des faits marquants de 2008 est, là aussi, la progression de la fiction (+22,1 %) : l'an dernier, les trois principaux genres de programmes ont quasiment fait jeu égal avec 26,8 M€ pour la fiction, 28,7 M€ pour le documentaire et 30,7 M€ pour l'animation. Ils représentent ainsi respectivement 24,4 %, 26,1 % et 27,9 % des ventes totales.

« Il y a certainement eu un effet lié au renouvellement de la fiction » en écriture et en format, a estimé Mathieu Béjot, ou plutôt un « effet Canal+ » qui « joue un peu le rôle de HBO ou Showtime aux Etats-Unis ». Il a jugé qu'*Engrenages* (Son et Lumière) était « représentatif de ces fictions « plus segmentantes » mais « plus innovantes » pour lesquelles il y a une « vraie appétence ». Le programme le plus visionné au Rendez-vous de cette année est d'ailleurs une autre fiction Canal+ : *Braquo*, produite par Capa et distribuée par Zodiak Entertainment (ex-Marathon International).

« Cela ne veut pas dire que les fictions classiques ne sont plus demandées : les séries en 90' continuent à s'exporter (...), ainsi que les fictions en costumes », a ajouté Mathieu Béjot, citant l'intérêt suscité par la bande-annonce de *La commanderie* (Tetra Media pour France 2). « Les exportateurs ont aujourd'hui une offre diversifiée », a-t-il considéré. Mais les évolutions sont toutefois « contrastées » selon les territoires avec « quelques cases fiction perdues en Allemagne », un marché italien en léger recul mais, en revanche, une « assez bonne évolution » de l'Espagne.

S'ils restent le genre le plus vendu à 30,7 M€, les programmes d'animation ont enregistré une forte baisse en 2008 (-26,5 %) en raison non seulement d'un cycle de production défavorable mais aussi de « différents phénomènes locaux » : resserrement de la stratégie de programmation des chaînes américaines ou encore, sur des marchés comme l'Espagne et l'Italie, « déplacement des cases d'animation des chaînes hertziennes historiques vers la TNT avec la création de chaînes spécialisées » qui ont le « défaut » d'« acheter beaucoup moins cher », a précisé le délégué général de TVFI. ■ ■ ■

Industrie des programmes

■ ■ ■ Le **documentaire**, qui enregistre un **recul de 5 % à 28,7 M€** a subi le même phénomène, a-t-il aussi indiqué, avec un « **durcissement** » de la **programmation** : « Il n'est pas toujours facile de le faire exister dans un contexte très concurrentiel. » Mathieu Béjot a noté également une « **percée assez forte des formats** », dont le chiffre d'affaires à l'export atteint **13 M€** (12,4 M€ en 2007) : afin de diminuer les risques, les diffuseurs « cherchent des formats existant et ayant eu du succès ailleurs ». La nouveauté tient aussi à l'apparition de nouveaux formats, présentés par de nouvelles sociétés aux côtés du classique trio de tête français : *Intervilles*, *Fort Boyard* et *Des chiffres et des lettres*. Il a ainsi cité **5 frenchies à Miami (La Grosse équipe, NRJ 12)**, **Tout le monde veut prendre sa place (Effervescence, Air Productions, France 2)**, mais aussi l'intérêt suscité par des fictions comme *Fais pas ci, fais pas ça (Eléphant et Cie, France 2)* ou *Les Bleus (Cipango, M6)*.

Les Européens de l'Ouest toujours 1ers clients des Français

L'**Europe de l'ouest** reste **en tête des clients** des vendeurs français : malgré un **recul de 7,2 % (72,1 M€)**, elle représente encore **65,5 % des ventes totales** de programmes. La situation est, malgré tout, contrastée selon les marchés. Si **l'Italie** et **l'Allemagne / Autriche** conservent leur place de premier et deuxième acheteurs de programmes français, ces marchés reculent toutefois respectivement de 19,3 % (à 14,5 M€) et de 18,7 % (à 13,7 M€). En revanche, outre les **marchés francophones** qui progressent fortement (+34,4 % à 11,6 M€ pour la Belgique et +20,1 % à 4 M€ pour la Suisse), **l'Espagne** est elle aussi **en hausse** avec +17,7 % à 11,6 M€. Pour TVFI, les exportateurs y bénéficient notamment de sa fragmentation et de la fluidité de son **système de fenêtres de droits**.

Les relations commerciales avec les **pays d'Europe centrale et orientale** (10,7 M€, -9,7 %) commencent à subir les effets de la crise avec notamment une **forte contraction des ventes en Russie** (-36,3 % à 3,1 M€) et en **Hongrie** (-37,1 % à 0,8 M€). TV France International craint ainsi une année 2009 « particulièrement difficile » sur ces territoires.

Les ventes en direction de **l'Amérique du nord** se sont conclues l'an passé par une **baisse de 18,4 % à 8,4 M€** note aussi l'étude. Les deux marchés qui la composent ont

toutefois réagi de manière opposée. « **Le Canada**, notamment **francophone**, a enregistré une forte progression (+16,4 % à 3,8 M€, ndlr) », a souligné Mathieu Béjot, citant « de **belles opportunités** en terme de **HD** ». Le Canada anglophone reste toutefois un territoire difficile pour les programmes français. L'année 2008 s'est conclue par une **forte régression** des ventes vers les **Etats-Unis** : -34,8 % à 4,6 M€. Selon TVFI, cette situation s'explique notamment par le changement de stratégie de programmation de chaînes qui pouvaient être clientes des Français, comme Discovery pour le documentaire ou Cartoon Network pour l'animation.

L'Asie reste stable... à condition d'exclure le **Japon** : la chute de ce marché (-34,2 % à 1,6 M€) pèse lourdement sur le CA de la zone, qui finit ainsi l'année avec un recul de 12,5 % à 5,6 M€. **L'Amérique latine progresse**, elle, fortement (+57,4 % à 3,1 M€), comme - mais dans une moindre mesure - le **Moyen-Orient** (+7,7 % à 5 M€).

Opération de TVFI à Stockholm en décembre

Interrogé sur l'impact sur les **opérations menées par TVFI** de ces résultats et d'une crise qui, craignent les exportateurs rencontrés au Rendez-vous, frappera très fortement sur leur chiffre d'affaires 2009, Mathieu Béjot a considéré que l'important restait de « rencontrer ses clients », de « **maintenir sa présence** ». « **Nous faisons tous le gros dos**, c'est dur mais, si on ne fait pas **l'effort d'aller voir nos clients**, d'autres iront. » L'organisme prévoit ainsi de mener une opération à destination de la **Scandinavie** et des **pays baltes** : les Français seront à **Stockholm les 14 et 15 décembre**.

Par ailleurs, outre **l'ombrelle du MipCom**, TV France International organisera également une manifestation à **Mexico** à la **fin de l'année**. Une question demeure toutefois concernant **l'avenir du rendez-vous de Moscou**. « Il est **pour l'instant prévu dans le calendrier 2010** », a seulement indiqué Mathieu Béjot.

L'étude est accessible sur le site du CNC, dès la page d'accueil.

A noter : les montants des ventes proviennent des déclarations faites par les sociétés de distribution au cours de l'enquête ad hoc menée par TV France International. En revanche, les données concernant les préventes et coproductions sont établies par le CNC selon les informations issues du Cosip.

■ **LUKARN** : Sandrine Frantz crée sa société de distribution et de production

Sandrine Frantz, qui dirigeait Calt Distribution jusqu'à avril dernier, a lancé sa **société de distribution et de production**, baptisée **Lukarn**, au **Rendez-vous de TV France International**, qui s'achève aujourd'hui à Biarritz. Et si la période peut justement sembler peu propice au lancement d'une société, Sandrine Frantz estime que, « dans la réalité, les **grosses structures**, qui ont de gros frais de gestion, sont **beaucoup plus atteintes par la crise** que les **petites, plus souples**, qui peuvent faire évoluer leur stratégie rapidement », nous a-t-elle indiqué hier, lors du Rendez-vous.

Sa priorité pour Lukarn, également destinée à faire de la production, est d'abord de l'installer sur le marché de la distribution. Sandrine Frantz a donc passé l'été à **se constituer un catalogue** et suit pour cela une double stratégie. Elle veut tout d'abord capitaliser sur le carnet d'adresse qu'elle s'est constituée par le passé et souhaite ainsi avoir un **catalogue diversifié** « afin de contenter tout le monde ».

Par ailleurs, Sandrine Frantz veut « travailler sur des **program-**

mes de niche » : elle représente ainsi le **catalogue musique classique / ballet / opéra** (environ 200 heures), « qui n'a **jamais été exploité ailleurs qu'en France** », du producteur **Benjamin Bleton (Karl More Productions)**. Elle a également envie de poursuivre l'activité de **vente de formats**, « technique particulière (qu'elle a) acquise chez **Calt (Caméra café, etc., ndlr)** ».

Plusieurs projets de production avec Bandidos Production

Au global, Lukarn est présente au Rendez-vous avec « **environ 250 heures** » de « **programmes à potentiel international** » diffusés uniquement en France et dont les droits sont **disponibles dans le monde entier**. Outre le catalogue musique et danse et une quinzaine de **documentaires**, la société distribue également **trois séries courtes de fiction jeunesse** produites par **Yaka Production** : *MSS (Mission secrète et sportive)* pour **France 3** et deux séries produites pour **Disney Channel**, *Code s-pion* et *Off zone*, série qui pourrait justement être travaillée **en tant que format**. ■ ■ ■

■ ■ ■ Parallèlement, Sandrine Frantz travaille à ses **premiers projets de production**, essentiellement développés avec **Bandidos Production (Frédéric Lévy, Mark Meily)**. Les deux sociétés co-développent ainsi une **série de programmes courts (4'30) de cuisine** réunissant « des recettes du monde entier » sur

des thématiques partagées : **Fingertips** (ce qui se mange avec les doigts), **Pasta Moods** et **Salad Days**. Lukarn et Bandidos préparent aussi une **série de voyages** dont la première saison se déroulera en Asie : **Ten... in Asia** (15 x 26') fera vivre « dix expériences insolites ou plus classiques » dans une ville.

Entreprises et marchés

■ LAGARDERE ACTIVE : nouveautés dans les activités de diversification

Emmanuelle Guilbart, la directrice des activités TV France et international de **Lagardère Active**, a **évoqué** hier, lors d'une conférence de presse, **les activités de diversification du groupe**, citant notamment la **coproduction avec M6** du spectacle **Cendrillon**, qui se déroulera à Mogador. Dans le domaine de la **presse**, le **groupe** édite désormais **trois titres**, a rappelé Emmanuelle Guilbart : **Gulli le mag, Les récrés de**

Tiji et Grand Galop.

Concernant les licences, la directrice a annoncé une **association avec le promoteur immobilier Buildinvest** et la société **Kids Entertainment** pour réfléchir à la **construction d'un parc d'attractions** intitulé **Gulliparc**. De même, après avoir lancé une **aire de jeu** sur l'**autoroute** près d'Orléans, le groupe va déployer, avec Elior, **20 nouvelles aires**.

■ FRANCE TELEVISIONS ENTREPRISES : nouveau nom de la filière commerciale de FTV

La **filière commerciale** de **France Télévisions** a été **baptisée France Télévisions Entreprises**, a annoncé le groupe dans un communiqué. **Animée par Philippe Santini**, dg de France Télévisions Publicité, France Télévisions Entreprises aura pour vocation de **contribuer au développement de l'impact de France Télévisions** dans l'univers du **Média Global**, au travers de la **conquête de nouveaux territoires commerciaux**. La filière commerciale

de France Télévisions coordonne depuis septembre 2008 l'ensemble des filiales et activités commerciales de France Télévisions : France Télévisions Publicité, France Télévisions Distribution et les activités commerciales développées par le pôle France Télévisions Interactive et Multimédia France Productions.

Par ailleurs, **Antoine Boilley** a été nommé **secrétaire général de France Télévisions Entreprises**.

■ 4EME LICENCE MOBILE : retrait de Kertel

Kertel, l'opérateur mobile virtuel, spécialiste des cartes prépayées, a **indiqué** hier qu'il ne sera finalement **pas candidat à la quatrième licence de téléphonie mobile**, confirmant une information de *La Tribune*. Le MVNO, hébergé par Bouygues Telecom, **avait exprimé son intérêt** pour cette licence, **dont l'appel à candidatures a été lancé le 1er août**,

et avait pour cela pris des contacts avec notamment les équipementiers chinois **ZTE** et **Huawei**. Il **renonce** finalement à se lancer **suite à un nouveau changement d'actionnaire : racheté en 2007 à Iliad par Proximania**, Kertel est désormais **détenu à 95 % par le fonds d'investissement britannique Fortelus**, a expliqué un porte-parole de l'entreprise.

International

■ ARGENTINE : polémique autour d'un projet de loi sur l'audiovisuel

Un **projet de loi sur l'audiovisuel du gouvernement de Cristina Kirchner** divise l'Argentine, le pouvoir et ses alliés vantant la lutte contre les monopoles tandis que l'opposition et les principaux médias dénoncent une mainmise sur la presse. Le texte en discussion à la Chambre des **députés oppose la présidente à Clarin, principal groupe multimédia du pays** et critique de la politique gouvernementale. Ce dernier aura, si le projet est adopté, un an pour **choisir entre se défaire de ses chaînes hertziennes ou de ses chaînes câblées**. Le projet interdit en effet au propriétaire d'une chaîne hertzienne de **posséder en même temps une chaîne câblée dans la même**

zone. Il prévoit par ailleurs que **des organisations non gouvernementales accèdent à un tiers de l'espace audiovisuel, à égalité avec les médias publics et privés**. La polémique entre Clarin et le gouvernement a éclaté en août lorsque l'Etat a nationalisé les droits de retransmission du football jusque-là entre les mains de la Television Satelital Codificada, liée au groupe Clarin (nos informations du 24 août). Ces nouvelles règles pour l'audiovisuel viendront affaiblir davantage le groupe multimédia. La question est de savoir qui en seront les bénéficiaires. Le projet de loi ouvre le marché de la télévision par câble aux grandes compagnies de téléphone : **Telefonica, Telecom et Telmex**.

Entreprises : mouvements

■ MEZZO : départ du directeur

Philip de la Croix, directeur de la chaîne de musique classique et jazz **Mezzo** depuis juillet 2007, a **quitté ses fonctions**, nous a indiqué hier **Emmanuelle Guilbart**, directrice

des activités télévision de **Lagardère Active**, en marge de la conférence de rentrée. Son successeur devrait prendre ses fonctions dans les prochaines semaines, a-t-elle précisé.

Nominations

■ ROBIN LEPROUX : officiellement président du PSG

Robin Leproux, ancien président du pôle radio français de RTL Group (2001-2005) et ancien administrateur des Girondins de Bordeaux, propriété du groupe M6 (1999-2005), vient d'être **officiellement nommé à la présidence du Paris**

Saint-Germain. L'assemblée générale des actionnaires du club a approuvé la nouvelle gouvernance. Robin Leproux avait rejoint le club fin juillet au club comme conseiller.

■ FRANCE TELEVISIONS ENTREPRISES : secrétaire général

Antoine Boilley a été nommé **secrétaire général de France Télévisions Entreprises**, le nouveau nom de la filiale commerciale de France Télévisions (voir rubrique « Entreprises et marchés »), a annoncé le groupe dans un

communiqué. Antoine Boilley occupait depuis 2003 le poste de responsable puis de directeur de projet auprès du dg de France Télévisions, avant de rejoindre la filiale commerciale en 2008.

Vidéo, vidéo à la demande

■ LAGARDERE ACTIVE : nouveautés dans les activités numériques

Lagardère Active renforce la présence de ses chaînes sur les supports **numériques**. Ainsi, en **VoD**, **Gulli**, **Canal j** et **TiJi** rejoindront le vidéoclub de **Numericable en novembre**. Le service de télévision de rattrapage **Gulli Replay** sera disponible **avant décembre** sur **Numericable**. S'agissant de la **VoD**, « [le] **CA jeunesse a doublé en un an** », a indiqué hier **Emmanuelle Guilbart**, directrice des activités télévision de **Lagardère Active**, lors d'une conférence de presse, sans

préciser les chiffres.

Le service **Virgin 17 Replay** sera quant à lui lancé sur le site internet **dès le mois d'octobre**. Il sera sur **Numericable** en télévision **avant décembre**. La chaîne lancera par ailleurs son application iPhone cette saison. MCM rejoindra prochainement CanalSat à la demande avec une offre de catch up. Enfin, June sera dès son lancement, le 13 octobre, disponible sur CanalSat à la demande.

Programmes, audiences

■ LAGARDERE ACTIVE / RENTREE DES CHAINES : 47 % de productions propres et inédites

Pierre Belaïsch, dg des programmes et des antennes du pôle TV de Lagardère Active, a annoncé hier, lors de la **conférence de rentrée des chaînes du groupe** (Canal j, TiJi, Gulli, June, MCM, Virgin 17 et Mezzo), une **rentrée placée sous « la politique du lancement, de la reconquête et de la diversification »**. L'**ambition** est de « **bâtir un pôle TV de référence** dans le **domaine du divertissement TV** pour les

moins de 40 ans », a-t-il souligné, ajoutant que « **cette saison, 47 % de nos dépenses** sont concentrées sur des **productions propres et inédites** ». « **Toutes chaînes confondues, ce sont 25 nouvelles productions en grille** [divertissements, jeux, télé-réalité, magazines], environ **80 captations de concerts, 15 séries d'animations, 23 séries de fictions et 20 nouveaux visages** qui arrivent cette saison », a-t-il fait valoir.

■ GULLI : continuer à être la référence sur les enfants et poursuite de la conquête du public familial

« **L'esprit Gulli va gagner toutes les familles** », a indiqué hier **Karine Leyzin**, la directrice des programmes de la chaîne, lors de la conférence de rentrée. Codétenue par Lagardère Active et France Télévisions, l'unique chaîne jeunesse de la TNT gratuite repose sur « **cinq ingrédients** que sont **l'animation, la fiction, le cinéma, la découverte et les divertissements** », a précisé Karine Leyzin. Dans le domaine de l'animation, plusieurs **séries d'animation exclusives ou inédites** font leur apparition. Parmi les nouveaux programmes, on peut citer **Les Gees** (52 x 2'30"), produit par Studio Hari, **Alien Bazar** (26 x 26', Taffy Productions), **Creepschool** (26 x 26', Alphanim) ou encore **Princesse Sara** (46 x 26', Nippon Animation). Concernant la **fiction**, la chaîne accueillera cette année **Heartland** (31 x 52', CBC), une série canadienne, ainsi que **Son altesse Alex** (26 x 26', Jonathan M. Shiff Productions), une série australienne. Parmi les **nouveautés** dans le domaine des **découvertes**, Gulli mise beaucoup sur **Familles d'ailleurs**

(True Entertainment), une série documentaire de 13 x 52' présentée par **Priscilla Telmon**. Dans le domaine des **divertissements**, tous les programmes comme par exemple **In Ze Boîte** (Maximal), **Intervilles Juniors** (Mistral Production) sont **renouvelés**, a annoncé Karine Leyzin.

La grande nouveauté de cette rentrée est le **retour de L'école des fans**, un **10 x 52'** produit par **Enibas** et présenté par **Philippe Risoli** à partir du 26 septembre à 20 h 30. **Cinq émissions ont été enregistrées le week-end dernier** et l'animateur a reçu, entre autres, **Pascal Obispo, Florent Pagny et Dany Brillant**.

Emmanuelle Guilbart, la directrice des activités TV France et international de Lagardère Active, a pour sa part **précisé que Gulli devrait « parvenir à l'équilibre à partir de 2010 ou 2011 »** et que « **les investissements** dans la grille avaient **augmenté de 15 %** », sans en préciser le montant.

La chaîne se dote également d'un **nouveau portail internet** dédié aux enfants et aux parents : www.gullifamily.fr.

Programmes, audiences

■ CANAL J : une rentrée placée sous le signe de l'aventure et de la comédie

Caroline Mestik, directrice des programmes de Canal J, a annoncé hier, lors d'une conférence de presse, que la rentrée serait placée « sous le signe de l'aventure et de la comédie ». La chaîne s'est dotée d'un nouveau logo et d'un nouvel habillage, signés Gédéon, composés de planètes qui « illustreront chacune les piliers de la chaîne de l'aventure et de la comédie, de l'action et du fantastique », a indiqué Caroline Mestik. Cinq nouvelles séries d'animation font leur apparition, toutes cofinancées par la chaîne : *Linus et Boom* (52 x 13'), produit par Timoon ; *Spiez* (52 x 26'), produit par Marathon Media, les créateurs de *Totally Spies* ; *Léonard* (52 x 26'), produit par Ellipsanime et directement inspirée des célèbres BD (Editions Le Lombard) ; *Freefonix* (40 x 26'), produit par Method Films et *Gormith* (26 x 26'), produit par Marathon

Media. Parmi les émissions phares et installées de la chaîne, *lapiap* (Du Jamais Vu) arrive à l'antenne pour une troisième saison et une nouvelle formule. Animé par Khriiss, le programme qui donne la chance à des graines de talent musicales sera à l'antenne pendant 26 semaines à partir du 17 octobre à 19 h. Pour sa part, *La toile infernale* (Little Big Prod), présentée par Olivier sera diffusée à partir du 12 octobre à 19 h. Une nouvelle émission fait son arrivée, présentée par Jenny Del Pino : *Quand je serai champion !* Ce magazine de 15 x 3' produit par PAD'Lezard est un rendez-vous à la fois tonique et pédagogique où ce sont les enfants eux-mêmes qui donnent leurs recettes pour être bien dans son corps. Il sera diffusé à partir d'octobre. Le site www.canalj.fr fait peau neuve avec « plus de jeux, de vidéos, d'interactivité et de séries courtes exclusives ».

■ TIJI : 115 heures de programmes nouveaux et arrivée des mascottes Tijinou et Tijibelle en série

Caroline Adelus, la directrice des programmes de TiJi, a annoncé hier une grille enrichie de « 150 heures de programmes » tandis que les mascottes Tijinou et Tijibelle ont désormais leur propre série intitulée *Devine quoi ?* « C'est une première mondiale, a précisé Caroline Adelus lors de la conférence de rentrée de la chaîne, car c'est la première fois qu'un habillage TV est décliné en série. » *Devine quoi ?* (52x7'), produit par Cyber Group Animation, destiné aux 3-6 ans, est une série où les deux mascottes résolvent des devinettes avec l'aide des téléspectateurs. Pour la première fois également, la série sera entièrement traduite en langue des signes. Par ailleurs, à partir d'octobre, TiJi mettra à l'antenne *Sur le bout des doigts*, une production TiJi, où Nada et Sara, deux jeunes malentendantes feront deviner à

Tijinou et Tijibelle un mot mystère.

Parmi les séries d'animation inédites sur TiJi : *Toutou Much* (130 x 15', Scholastic), *Les popilous* (52 x 13', Decode Entertainment, Neptuno Films) ou encore *Juanito Jones* (52 x 13', Cromosoma). *La météo de TiJi* (365 x 3', Interactif Factory) et *2 Minutes pour comprendre vos enfants avec TiJi* (50 x 2', Full Feel Factory) ont été reconduites pour une deuxième saison.

Enfin, la chaîne lance www.clubtiji.fr, un nouveau portail payant (4,90 €/mois ou 39 € par an), un espace sécurisé dédié aux 3-7 ans, entièrement sans publicité. Développé et animé par Tralala, il contiendra des jeux éducatifs, des activités d'initiation aux langues étrangères, des ateliers créatifs numériques, des documentaires...

■ VIRGIN 17 / RENTREE 2009-2010 : « On a tout changé ou presque »

Rentrée offensive pour Virgin 17. La chaîne musicale de la TNT, qui affichait en juin dernier une part d'audience nationale à 0,8 % (+0,1 pt en un an), a revu sa copie et renforce la dimension divertissement. « On a tout changé ou presque », a fait valoir Gilles Daniel son directeur des programmes, lors de la conférence de rentrée. « La chaîne a des ambitions et se donne les moyens pour y faire face », a-t-il ajouté, annonçant notamment 10 productions originales, de nouveaux visages, une offre forte en fictions et en « divertissements dignes d'une grande chaîne hertzienne ». Une manière d'annoncer à mots couverts l'arrivée prochaine de *L'île de la tentation*, format bien connu d'Endemol précédemment diffusé sur TF1.

« Innover pour nous, c'est vital », a souligné Gilles Daniel. Dans cette logique, la grille a été totalement repensée avec l'ambition de « construire un territoire qui n'appartient qu'à nous ». Virgin 17 a ainsi vu ses investissements dans la grille augmenter de 27 %, a souligné Emmanuelle Guilbart, directrice des activités télévision de Lagardère Active.

Côté divertissements, Christophe Beaugrand et Ariane Brodier ont pris les commandes d'un nouveau jeu musical *Pop Job* (Gab TV - Gilles Ganzmann) le 8 septembre dernier, d'après le format néerlandais *Singing Office* ; Ariane Brodier animera également *Music Strip*, un quiz musical produit par Jokebox. Laurent Baffie arrive sur la chaîne avec *Baffie !*, une émission de talk-show produite par Téléparis adaptée de son émission hebdomadaire dominicale sur Europe 1. Valérie Benaïm rejoint également Virgin 17 pour animer *Face à l'étrange* (Zed). Egalement inédit : *Ça ne s'invente pas* (Angel Productions,

Lagardère Entertainment), une émission de reportages sur la vie extraordinaire de gens ordinaires. Parmi les trois sujets diffusés, l'un est totalement fictif. De nombreux formats de télé-réalité sont également annoncés : *Touche pas à mon fils* (*Mamma's Boys* sur NBC), *Qui sera la plus sexy ?* ou encore *A la recherche de la beauté intérieure* (prévue l'année prochaine).

Thématique dominante de Virgin 17, la musique (75 % du temps d'antenne) fait l'objet de nombreux rendez-vous inédits. Ainsi, la chaîne lance un magazine des tendances musicales : *J'aime beaucoup ce que vous faites* (Angel Productions, Lagardère Entertainment) présenté par Ollia Ougrik en seconde partie de soirée ; *En studio avec...*, une série documentaire de décryptage musical produit par Pyla Prod et présenté par Stéphane Basset. Dans chaque épisode, un artiste reçoit l'animateur dans son studio d'enregistrement pour dévoiler la manière dont il crée ses chansons ; *Virgin 17 part en live* (Viva), les concerts de la tournée Virgin 17 à travers toute la France. Les *Trabendo Sessions* sont rebaptisées *Virgin 17 Sessions*.

Côté séries, la chaîne annonce l'arrivée de trois séries majeures, inédites en clair : *30 Rock* depuis le 9 septembre et en 2010, *Weeds* (Showtime), *The L Word* (Showtime). Egalement au programme : la saison 2 de la série britannique *Skins* (E4), la saison 2 de *The Office* (version US), la saison 4 de la série britannique *Shameless*. Enfin, le cinéma arrive sur Virgin 17 avec un grand film par semaine.

Lagardère vise « l'équilibre pour Gulli en 2010 ou 2011 et pour Virgin 17 un an plus tard », a indiqué Emmanuelle Guilbart, en réponse à une question. Rappelons par ailleurs que la chaîne se dotera prochainement d'un nouvel habillage.

Programmes, audiences

■ JUNE : « Une bouffée d'air frais et de légèreté dans un monde de brutes »

Principale nouveauté de la rentrée de **Lagardère Active** : la transformation de **Filles TV**, qui après un repositionnement infructueux en septembre 2007 (15-24 ans contre les 15-18 en 2006), deviendra le 13 octobre, **June**, une chaîne désormais dédiée aux femmes de **20 à 30 ans**. « June, c'est un moment de simplicité et de légèreté ; **une bouffée d'air frais et coloré dans un monde de brutes** », selon Lagardère Active. Dotée d'un habillage « chic et élégant » et d'un logo changeant de couleurs selon l'humeur - l'identité visuelle est signée Gédéon -, la chaîne se veut « une et multiple à la fois », « utile et futile », « légère et profonde », « changeant d'avis comme l'on change de robe »... Une ligne éditoriale complexe qui se traduit par une grille composée de **magazines**, de **télé-réalité** (30 % de l'antenne), et de **fiction** qui sera le genre roi puisqu'il occupe 60 % du temps d'antenne.

Trois magazines ont été évoqués et principalement **7 jours avec elles** qui fera l'ouverture de la chaîne. Produit par **Electron libre** et **Lagardère Entertainment**, cet hebdo féminin généraliste de 52' sera animé par **Claire-Elisabeth Beaufort**

■ MCM : relance de la chaîne ; renforcement sur les thématiques mangas, jeux vidéo, glisse

En sommeil depuis quelques saisons, **MCM**, première chaîne musicale lancée en France, « **est de retour** », a souligné hier **Nicolas Gicquel**, chargé de mission MCM, lors d'une conférence de presse. **Lagardère Active** relance la chaîne en réaffirmant **son identité musicale** mais aussi en développant les thématiques **mangas, jeux vidéo et glisse**. Cette rentrée marque également le **20ème anniversaire** de MCM qui déploie pour l'occasion un dispositif spécial à partir de lundi.

Leader sur la cible des 15-24 ans pendant des années, MCM subit depuis quelques vagues la dominance de MTV sur cette cible. Lagardère Active riposte avec une grille de rentrée renforcée et une nouvelle dynamique. « La chaîne, qui consacre 70 % de son temps d'antenne à la musique, conserve le **Top 50** en exclusivité, et donne **un nouveau souffle** sur ses piliers que sont le manga, les jeux vidéo et la glisse », a indiqué Nicolas Gicquel. Ainsi, **un trio d'animateurs** rejoint MCM. **Noémie Alazard** présente **Ultra Manga**, le samedi à 16 h 15, présenté comme « le rendez-vous générationnel de toute l'actualité des mangas ». Elle sera également aux commandes de plusieurs événements antenne dont **Le concours du meilleur Cosplay de France**, de novembre à février. Le Cosplay est un phénomène japonais qui consiste à se grimer

■ L'EQUIPE TV : « Traiter le sport sous tous les angles »

L'Equipe TV, qui avait abandonné la saison passée son format axé sur le tout-info, va poursuivre dans cette voie avec sa grille de rentrée, à l'antenne ce lundi. « **Nous allons essayer de traiter le sport sous tous ses angles** », notamment sociétal, nous a indiqué hier **Xavier Spender**, dg de la chaîne. L'Equipe TV accordera aussi une plus grande importance au sport amateur. « Il s'agit de conforter la place de la chaîne sur l'information sportive en créant des rendez-vous plus identifiés », ajoute-t-il.

Pour la première fois, la chaîne diffusera deux docu-réalité, consacrés au football et au rugby amateurs. Produit par 2P2L, **93150, un autre football** s'attachera à montrer la vie sportive et privée de footballeurs amateurs du Blanc-Mesnil (Seine-Saint-Denis). Ce docu-réalité de 52' sera programmé le lundi soir. Le mardi soir, **Nafarroa** (52') suivra les joueurs d'un club amateur de rugby du pays basque. Plusieurs autres

qui recevra chez elle cinq copines (Charlotte Moreau, Mathilde Terrier, Zazon, Charlaïne Marchal, Sophie Brafman), qui discuteront librement des sujets d'actualité les plus légers aux plus sérieux. Emblématique de la chaîne, il ouvrira l'antenne le 13 octobre. Le magazine sur les nouvelles tendances **New York New York** (Télé Paris), présenté par **Juliette Longuet** entre en saison 2 avec une version Paris Paris.

Côté **télé-réalité**, un genre que « June aime et assume », sont annoncés : **A la recherche de la beauté intérieure** ou **True Beauty** (8 x 52', Katalyst), un faux concours de beauté pour tester les qualités humaines de dix personnes ; **Tough Love** (SRI pour VH1) : huit femmes, désespérées de ne pas avoir trouvé le grand amour, et un homme qui va les coacher pour les aider à trouver l'âme sœur. Ou encore l'émission de coaching **Janice Dickinson Modeling Agency** (FremantleMedia) saison 4. Enfin, s'agissant de la **fiction**, June diffusera la saison 1 de **Trinity** (Roughcut TV Production), inédite en France, ou le portrait acide d'une université d'élite ; **Samantha Qui ?** (ABC Studios) saison 2 ; **The L Word** (Showtime) et **Skins** saison 2. (E4).

comme ses héros de mangas cultes. **La nuit du manga sexy** (4 x 26') en octobre ou encore le documentaire exclusif produit par Gameprod, **Dragon Ball Z dans les jeux vidéos**, en décembre. Côté jeux vidéo, la chaîne a fait appel à **Julien Chièze** pour animer **Gameblog** (13'), un rendez-vous sur l'actu des jeux, tous les mercredis à 15 h, ou encore **Gamebmog Spécial salon des jeux vidéos de Tokyo** en octobre. Et enfin, **Anne-Gaëlle Riccio**, qui a débuté sur la chaîne, fait son retour aux commandes de **Zapping Music** (26'), le samedi à 11 h 30 : un panorama des meilleures et les pires vidéos et séquences musicales sur le web. Enfin, concernant la **glisse**, MCM a signé un partenariat exclusif avec **Quicksilver** pour diffuser la série **Euroforce 2009** (10 x 13') à partir de novembre. Egalement annoncées : **Les soirées même pas mal !**, ou les plus beaux gadins de surf, de skate, de snow.

S'agissant du **dispositif des 20 ans**, la chaîne diffusera un documentaire de 90' produit par Viva, sur l'histoire de la chaîne, le 6 novembre ; trois documentaires exclusifs de 26' : **20 ans de fête à Ibiza** (Pyla Prod), présenté par **David Guetta**, en octobre ; **20 ans de jeux vidéo** (produit par Bouyaka) le 13 novembre à 20 h 30 et **20 ans de mangas** (produit par Full Feel Factory), le 20 novembre.

nouveautés marquent cette grille de rentrée. Le lundi soir est lancée **France Foot, l'émission**, animée par le journaliste **Eric Sylvestro**, qui traitera de l'actualité de la Ligue 1, et du football international. **Charles Biétry**, ancien directeur des sports de Canal+, rejoint la chaîne pour présenter une émission le jeudi à 20 h, **Le grand invité de L'Equipe**, où il interrogera un invité avec le journaliste **Fabrice Jouault**. Charles Biétry prend parallèlement les fonctions de **directeur éditorial de la chaîne**. Son émission sera suivie d'un documentaire consacré au sport sous son aspect sociétal. Le vendredi soir, **Michel Acariès**, organisateur de combats de boxe, présentera une nouvelle **émission de 52' consacrée aux plus grands matches de boxe des années 1980**. **L'Equipe du soir**, une des émissions phares de deuxième partie de soirée de la chaîne, diffusée auparavant du mardi au vendredi, est désormais **étendue** ■ ■ ■

Programmes, audiences

■ ■ ■ **au lundi.** Sa programmation est avancée de 15 minutes, à 22 h 30. **Didier Roustan**, qui présentait la saison dernière une émission le dimanche, sera cette année à l'antenne le mercredi

soir en fin de journée. **La chaîne modifie en outre sa matinale, en instaurant une grande tranche d'informations de 6 h 30 à 10 h, présentée par Stéphane Lelong.**

■ **ORANGE CINEMA SERIES** : prenez place *Dans mon cinéma*

Soirée exceptionnelle hier au cinéma du **Panthéon** où **Orange cinéma séries** avait réuni pas moins que Claudia Cardinale, Mireille Darc, Alain Delon, Robert Hossein et Christophe Lambert pour la présentation, suivie d'un cocktail, de sa **série documentaire inédite *Dans mon cinéma***, dont ils sont, avec Nathalie Baye (absente excusée hier), le sujet. Parrainée par Alain Delon, *Dans mon cinéma*, est une série documentaire de 6 x 52', présentée par **Dominique Warluzel** (par ailleurs avocat au barreau de Genève) et **réalisée par Raymond Vouillamoz** (sur une idée de **François Tron**, production Béatrice Barton / DDB Polymedia, Odile McDonald et Alain Pancrazi / PM Holding). Sous la forme d'un **entretien intimiste**, la série se propose de « **découvrir et de comprendre le parcours d'une personnalité du cinéma au travers des extraits de films** qui

ont jalonné sa découverte du 7ème art et construit sa carrière ». Hier ont été projetés des extraits de 5 des 6 documentaires de la série et celui sur Alain Delon dans son intégralité. On y découvre l'acteur sous un jour très différent, souvent ému jusqu'aux larmes par la redécouverte de moments marquants de sa carrière ou la projection d'extraits de films qui ont forgé le grand acteur qu'il est. Un très beau documentaire à ne pas manquer !

La diffusion de ces documentaires, chaque lundi à 20 h 40 à partir du 5 octobre sur Orange Cinégéant sera suivie de la projection à 21 h 35 d'un film choisi par cet acteur : Alain Delon : *Plein soleil* ; 12 octobre, Robert Hossein : *Toi, le venin* ; 19 octobre, Mireille Darc : *Galia* ; 26 octobre, Nathalie Baye : *Les Quatre cents coups* ; 2 novembre, Christophe Lambert : *Casablanca* ; 9 novembre, Claudia Cardinale : film à confirmer.

■ **TELETHON** : Daniel Auteuil, parrain cette année

L'acteur **Daniel Auteuil** sera le **parrain** de la **23ème édition du Téléthon** auquel les chaînes **France 2** et **France 3** consacreront **30 heures de direct les 4 et 5 décembre prochains**, a annoncé France Télévisions hier. Il sera entouré de **Céleste** et **Léandre**, sept et dix ans, **frère et sœur**, tous deux atteints de la

même myopathie. La devise du Téléthon 2009 sera : « Tous plus forts que tout. » Selon l'Association française contre les myopathies (AFM), la collecte précédente, en décembre 2008, a rapporté 104,911 M€, alors que le compteur affichait 95,2 M€ de promesses de dons en fin de Téléthon.

■ **13 HEURES / FRANCE 2** : nouvelle rubrique à partir de lundi

Après la mise en place d'un nouveau décor le 31 août, le **13 h de France 2** présenté par **Elise Lucet** comportera de **nouvelles rubriques dès lundi**, a annoncé la chaîne hier. L'édition de la mi-journée accueillera des **chroniqueurs** de la **redaction** qui viendront régulièrement parler, entre autres, de médecine, de consommation, de sciences... et tous les vendredis, de culture. **Juste quelqu'un de bien** (titre sous

réserve) dressera le portrait d'anonymes qui se mobilisent dans des associations pour aider les autres, défendre l'environnement ou faire bouger la société. Enfin, la rubrique intitulée **La vie en vert**, déjà mise en place l'an dernier, devient récurrente. Les rubriques habituelles (*Le feuilleton* et *Les 5 dernières minutes*) seront toujours au programme du journal.

Revue de presse

Notre revue de presse se veut un aperçu du secteur, vu par les autres médias, presse, télévision et radio, et en complément de nos propres contenus. Ainsi qu'il est de tradition pour toute revue de presse, les opinions exprimées et les faits mentionnés ne doivent pas être considérés comme reflétant les vues de notre rédaction.

■ **NICOLAS DE TAVERNOST** : « Les animateurs de télé ne doivent pas devenir des joueurs de foot » (**Nicolas de Tavernost**, président du directoire de M6, interrogé par Frédéric Rapilly et Eva Roque pour **Télé 7 Jours**, du 19 au 25 septembre - Accès complet à cet article sur le site www.tele7.fr)

Q : Quels animateurs aimeriez-vous voir revenir sur M6 ? – Nicolas de Tavernost : Beaucoup de talents ont été découverts et mis en valeur sur notre chaîne, comme Claire Barsacq. L'arrivée de Karine Le Marchand ou les performances de Bernard de la Villardière me réjouissent. Des talents ailleurs, il y en a beaucoup. Si Anne-Sophie Lapix (aujourd'hui sur Canal+) a des fourmis dans les jambes, n'hésitez pas à imprimer le numéro de Bibiane Godfroid (la directrice des programmes de M6) dans **Télé 7 Jours** ! Mais restons vigilants : les animateurs télé ne doivent pas devenir des joueurs de football, virevoltant d'un club à l'autre. [...]

[...] Q : Connaissez-vous vos surnoms au sein de la chaîne ? – NDT : Picsou, peut-être ? Si c'est cela, je le dois

sûrement à Laurent Boyer.

[...] Q : On raconte que lorsque vous quittez tardivement votre bureau, vous éteignez la lumière dans les étages. Economie ou écolo ? – NDT : C'est une vieille rumeur. Mais il est vrai que j'ai une sainte horreur du gâchis Je n'hésite pas à dépenser de l'argent là où il faut, mais je souhaite qu'il soit bien utilisé.

[...] Q : Qu'avez-vous prévu pour la case stratégique du 20 h 10-20 h 40 ? – NDT : Vous verrez. Je peux juste vous dire que ce ne sera pas de la télé-réalité.

[...] Q : vous êtes passionné par les tondeuses à gazon autotractées ! Avez-vous demandé un numéro spécial de *Turbo* sur le sujet ? – NDT : Je confesse cette faiblesse. Certains de ces engins coûtent aussi cher qu'une Porsche.

■ **JEAN-FRANCOIS VILOTTE** : propos sur les règles de régulation concernant les jeux en ligne (Jean-François Vilotte, président de la mission de préfiguration de l'autorité de régulation des jeux en ligne, interrogé par Philippe Bertrand, *Les Echos*, jeudi 10 septembre - Accès complet à cet article sur le site www.lesechos.fr)

Q : La décision de la Cour de justice des Communautés européennes validant le monopole d'Etat portugais sur les jeux remet-elle en cause, à vos yeux, le projet français d'ouverture du marché ? – Jean-François Vilotte : Cette décision légitime en réalité la démarche française. Elle confirme, en dépit des nombreuses arguties juridiques avancées par les uns ou les autres, qu'il est bien de la compétence des Etats de prévoir les règles de régulation qu'ils jugent nécessaires à la protection des consommateurs en matière de jeux en ligne. A condition, bien sûr, qu'elles

soient proportionnées aux objectifs recherchés, en matière de lutte contre l'addiction ou de protection de l'intégrité des compétitions supports des paris sportifs. Le projet de loi français reprend les grands principes confirmés par la Cour de justice, à savoir l'absence de reconnaissance automatique des opérateurs agréés dans d'autres Etats, la mise en place d'une régulation très protectrice des consommateurs, l'instauration d'une autorité de régulation forte. De surcroît, il convient de noter que les jeux de pur hasard ou en dur demeureront sous le régime du monopole en France. [...]

■ **MANGAS** : la Société des Bains de Mer monégasque s'intéresse à Courbit (*La Tribune*, jeudi 10 septembre - Accès complet à cet article sur le site www.latribune.fr)

Selon *La Tribune*, la Société des Bains de Mer monégasque a pris 50 % du capital de Mangas (activité de jeux en ligne de Stéphane Courbit) pour un montant de 70 M€. Elle a également prêté sans intérêt 70 M€ à Mangas pour financer ses acquisitions et s'est engagée à souscrire en 2012 une

augmentation de capital qui pourra atteindre 70 M€ en fonction des résultats de Mangas. Toujours selon le quotidien économique, avec cet argent Mangas a racheté 75 % de Betclac (environ 50 M€), l'autrichien Bet at Home (environ 39 M€) et le scandinave Expekt.

■ **PLUS BELLE LA VIE** : Fabrice Larue a acheté les studios où est tourné le feuilleton (Emmanuel Berretta, *Lepoint.fr*, jeudi 10 septembre - Accès complet à cet article sur le site www.lepoint.fr)

[...] Au début de l'année, il acquiert les studios de Marseille où se tourne *Plus belle la vie*. Tiens, tiens... En se rendant maître de l'outil de production, l'homme d'affaires pourra, sans dommage,

quitter France 3 pour une autre chaîne si la renégociation ne devait pas aboutir. En somme, il prépare ses arrières. Ce qui n'échappe pas à France Télévisions. La méfiance s'installe. [...]

■ **TF1** : quand Laurence Ferrari demande aux abonnés de twitter de poser des questions à Fillon (*Libération*, jeudi 10 septembre - Accès complet à cet article sur le site www.liberation.fr)

« François Fillon est l'invité du 20 heures demain soir [mercredi]. Quelles questions aimeriez-vous lui poser ? Votre

avis m'intéresse. » Laurence Ferrari, journaliste à TF1, sur son Twitter, @20hLFerrari.

■ **LA FERME CELEBRITES** : Jean-Pascal Lacoste évoqué pour être co-animateur ? (Renaud Saint-Cricq, *Le Parisien*, jeudi 10 septembre - Accès complet à cet article sur le site www.leparisien.fr)

[...] Car l'animation pointe toujours le bout de son nez. Jean-Pascal [Lacoste] y a déjà goûté, sur NRJ 12, avec *Ça passe ou ça trappe* et il aime ça. « Je suis capable », assure-t-il. Endemol et TF1 seraient presque d'accord avec lui. Même s'il

est encore junior, son prénom a été évoqué pour co-animer la prochaine *Ferme célébrités en Afrique* sur la Une. Il botte en touche : « Je ne sais pas, mais je serais ravi. Avec Dechavanne ou un autre. » [...]

■ **EUROPE 1** : Bastien Millot démissionne de l'UMP mais ne lâche pas son mandat (*Challenges*, du 10 au 16 septembre)

Selon *Challenges*, Bastien Millot, l'ancien directeur délégué chargé de la stratégie, de l'innovation et de la communication

de France Télévisions, conseiller régional de Picardie, a démissionné du groupe UMP sans abandonner son mandat.

■ **LAURENT DELAHOUSSE** : « Je ne suis qu'un humble chef d'orchestre » (Laurent Delahousse, présentateur du 13 h du week-end de France 2, interrogé par Elisabeth Perrin pour *TV Mag*, 13 au 19 septembre - Accès complet à cet article sur le site www.tvmag.com)

[...] Q : vous aviez vraiment envie de ce JT ? – Laurent Delahousse : C'était même un rêve d'adolescence. Je l'avais en moi. Je regardais les éditions de Mourousi et de Rapp. Je trouvais fabuleux d'être là au cœur du réacteur du monde : donner l'info, rencontrer ceux qui la font.

fictions peut-être. Si je devais me lever le matin et faire toujours la même chose, j'étoufferais, c'est pourquoi je change mon fusil d'épaule tous les trois ou quatre ans.

[...] Q : Le JT est complètement transformé, l'audience suit et les invités accourent sur le plateau, ça doit vous rassurer ? – LD : Quand on réalise ses rêves, il y a un plaisir, une satisfaction. Mais on en revient rapidement. On se dit : « Et après ? » C'est pourquoi, il faut toujours réinventer sa vie. En avoir plusieurs... Et je fais l'un des rares métiers qui le permettent. Journaliste, je peux être producteur, présentateur, faire de l'info, écrire des

[...] Q : Le JT façon PPDA, c'est fini ? – LD : A la base, non. D'ailleurs, je l'admire beaucoup. Le JT a changé sur la forme, parce que les téléspectateurs le demandent. Il y a une telle concurrence aujourd'hui qu'il faut toujours proposer quelque chose de différent. J'ai envie de développer les aspects économiques, politiques, géopolitiques. Comme dans *Le dessous des cartes*, formidable émission d'Arte. Mais le journal d'une seule personne, ça n'existe plus : je ne suis qu'un humble chef d'orchestre. [...]

■ **MARIN KARMITZ** : « Avec Christine Albanel, c'était le grand silence »

(Marin Karmitz, président du Conseil pour la création artistique, interrogé par Michel Guerrin et Nathaniel Herzberg pour *Le Monde*, vendredi 11 septembre - Accès complet à cet article sur le site www.lemonde.fr)

[...] Q : Mais ne prenez-vous pas la place du ministère de la Culture [et de la Communication] ? – Karine Karmitz : Ce que nous avons fait, le ministère n'aurait pas pu le faire. Il faut pouvoir privilégier la logique de projets sur celle de structures. Il faut du temps, une grande souplesse et un soutien présidentiel. A vrai dire, Frédéric Mitterrand aurait sans doute pu le faire, il aurait fallu qu'il s'en occupe personnellement. Mais quand on est ministre, on a énormément de choses à faire, une administration à gérer, des décisions à prendre...

Q : La précédente ministre, Christine Albanel, éprouvait des réserves vis-à-vis du rôle du conseil. Qu'en est-il de Frédéric Mitterrand ? – MK : Je crois pouvoir dire qu'il soutient

l'initiative à fond. Il a compris, elle l'intéresse, nous en parlons. Avec Mme Albanel, c'était le grand silence. Il faut dire que je connais Frédéric depuis plus de trente ans. Nous avons mené nos aventures cinématographiques - lui à l'Olympic-Entrepôt, moi au 14-Juillet - parallèlement. Nous étions concurrents, mais nous avions la même idée du cinéma. Nous nous sommes fâchés, nous nous sommes raccommodés. Aujourd'hui notre connivence est réelle. Nous partageons l'amour de la création, le respect des artistes et l'envie de voir l'ensemble de la création et de la culture se propager. Ça rend le travail plus facile.

■ **SECRET STORY** : une mutinerie organisée par le paparazzi Jean-Claude Elfassi ? (Vincent Monnier, *Télé Obs*, du 10 au 16 septembre)

[...] C'est quelques jours avant le début du programme [*Secret Story* sur TF1], le 19 juin, que Jean-Claude Elfassi [paparazzi] commence à s'intéresser à l'émission. Sur son blog, il distille des noms et des détails sur les futures candidats, censés demeurés confidentiels jusqu'au prime. Les fuites mettent Endemol à cran. Dans les studios de tournage, des photos du paparazzi et de sa voiture sont montrées aux différents vigiles chargés de sécuriser les lieux. [...] C'est après l'élimination de Romain de la « maison des secrets », le 8 août, que la mutinerie Elfassi va se mettre en branle. Protestant contre l'attitude de la production et notamment la rétention des courriers adressés à Angie, le joli cœur refuse toutes les interviews. Il disparaît des écrans radar d'Endemol pour réapparaître sur le blog d'Elfassi par le biais duquel il adresse de courts messages à ses fans. [...] Entre les deux camps, la tension est vite allée crescendo. Mi-août, Jean-Claude

Elfassi a fait quarante-huit heures de garde à vue après une course-poursuite avec les vigiles des studios de la Plaine Saint-Denis. Quelques jours plus tard, Majja, la candidate canadienne, de retour de Vancouver, déposait une main courante au commissariat de l'aéroport d'Orly pour tentative d'enlèvement de la part de plusieurs salariés d'Endemol, dans laquelle serait impliquée Catherine Comte, la directrice générale adjointe. [...] Pour le moment, la presse people a choisi de passer sous silence cette rébellion. [...] Alors que plusieurs anciens participants avaient initialement choisi Me Assous, le spécialiste de ces questions, Elfassi leur a demandé de codésigner Me Hélène Bureau-Merlet, sa propre avocate, moins au fait de ces affaires complexes. La manœuvre a rendu furieux Me Assous, qui a préféré se désister. Elle a aussi scindé le camp des révoltés.

■ **ELISABETH (CANDIDATE DE SECRET STORY)** : « Même la salle CSA était équipée d'une caméra » (Elisabeth, candidate exclue de *Secret Story*, interrogé par Vincent Monnier pour *Télé Obs*, 10 au 16 septembre)

[...] Les jours précédents le premier prime, je suis confinée pendant 48 heures dans une chambre d'hôtel avec une nounou qui me demande de laisser la porte entrouverte quand je vais

dans la salle de bains. Dès mon entrée, j'ai compris mon erreur. Les manipulations, les mensonges. Il y avait des micros dans les toilettes. Même la salle CSA était équipée d'une caméra. [...]

Verbatim

Verbatim ! Les déclarations sur l'audiovisuel que nous avons jugées les plus percutantes.

■ **VERBATIM** : Niel, Guenneteau, Taddeï, Pulvar, Bureau, Charonnat, Ockrent, Paolini, Mitterrand, Guilbart

« Si nous sommes rentables, c'est parce que nous chassons les coûts. Nous sommes pingres et stakhanovistes. »

Xavier Niel, fondateur de Free, *La Vie financière / Money Week*, 3 septembre 2009

« On nous prête plus facilement des vêtements lorsqu'on travaille pour Canal+ que pour TF1 ou M6. »

Bénédicte Guenneteau, styliste d'Alessandra Sublet, Samuel Etienne et Bruce Toussaint, *Télé-2-Semaines*, lundi 7 septembre

« Je fais cette émission [*Ce soir (ou jamais !)*] pour qu'elle marque son temps. Qu'on se souvienne d'elle comme on se souvient d'*Apostrophes*, de *Droit de réponse* ou du *Grand échiquier*. L'avenir nous dira si j'ai réussi ou pas. »

Frédéric Taddeï, animateur de *Ce soir (ou jamais !)*, cité dans le **dossier de presse** remis lors de la fête de lancement de la saison 4, lundi 7 septembre

« Le vendredi 5 juin, j'ai envoyé un sms à Thierry [Thuillier], que je ne connaissais pas, pour lui proposer ma candidature. J'avais entendu parler de la refonte de leur 18-20 [à i>télé]. Le mardi 9, je voyais Pierre Fraidenaich, le patron de la chaîne, et le 18, je signais mon contrat. »

Audrey Pulvar, présentatrice du 18-20 sur i>télé, *VSD*, 9 au 15 septembre

« "On lui [Claire Barsacq, présentatrice du 19.45 sur M6] laisse le temps. A la même époque l'année dernière, le 6 Minutes était suivi par 2 millions de téléspectateurs. Un JT ne s'installe pas en quelques jours. Et il ne faut pas oublier qu'elle présentera lundi [7 septembre] le premier JT de sa vie alors qu'elle n'a même pas 30 ans. »

Jérôme Bureau, directeur de l'information de M6, **Le Parisien**, lundi 7 septembre

« Il est probable que le nouveau JT de M6 concurrencera davantage le 20 h de TF1 que celui de France 2. Tout simplement parce que les structures d'audience des deux chaînes sont les plus proches, c'est-à-dire plus jeune et plus féminine que sur le service public. »

Emmanuel Charonnat, dg adjoint de Médias Starcom, **Le Figaro**, mercredi 9 septembre

« Je suis ravie que M6 fasse un journal. J'ai trouvé cocasse que l'argument soit de dire : "Elle est en jean et elle est debout." Je signale qu'à France 24 les présentateurs sont debout depuis l'origine et même parfois en jean ! »

Christine Ockrent, dg de l'AEF, **Le Figaro**, jeudi 10 septembre

« Je ne sais pas si mettre un jean vous rend meilleur journaliste. »

Nonce Paolini, pdg de TF1, interrogé sur le nouveau JT de M6 par Thomas Hugues dans *Médias, la magazine*, **France 5**, dimanche 6 septembre

« L'Equipe de France, on la supporte dans tous les sens du terme. On l'a mise en scène, cela fait des sagas formidables. Encore faut-il que les joueurs acceptent de courir, de taper dans un ballon et de marquer des buts. »

Nonce Paolini, pdg de TF1, quelques jours avant la rencontre France/Roumanie, **Challenges**, du 10 au 16 septembre

« Frédéric [Mitterrand] n'a jamais mis les pieds à Latche, parce que son oncle savait qu'il a toujours été de droite et qu'il a toujours voté à droite. »

Danielle Mitterrand, **Le Canard enchaîné**, mercredi 9 septembre

« Pour faire la différence, vous noterez d'abord qu'on ne vous reçoit pas à la cafet'. Et que si vous êtes très sages, vous aurez peut-être droit à un cadeau. On fait des folies chez Lagardère... ! »

Emmanuelle Guilbart, directrice des activités TV France international de Lagardère Active, en ouverture de la **conférence de presse** des chaînes du groupe, jeudi 10 septembre

Agenda

■ LES EMISSIONS ET INVITES MEDIA DU WEEK-END

Médias le magazine (France 5), dimanche 12 h 35 : Evelyne Thomas, animatrice sur Direct 8. Alexandre Delpérier, journaliste sur Europe 1. Charles Biétry, conseiller éditorial de L'Equipe TV. Débat sur les relations entre Raymond Domenech avec les médias.

Pop Com (Canal+), dimanche 18 h 05 : dans les coulisses de la première édition du 19.45 de M6. Les journalistes sont-ils injustes avec Raymond Domenech ? La contre-attaque médiatique de Julien Dray. Invité : Jean-Pierre Coffe, chroniqueur gastronomique.

Et **Telle est ma télé (TPS Star)**, dimanche 13 h 30

■ L'AGENDA DE SATELLIFAX : les événements et conférences de presse de la rentrée

Jusqu'à aujourd'hui 15ème Rendez-vous TVFI à Biarritz

lun. 14 sept. 09:30 : **LCP-Assemblée nationale**, conférence de rentrée.

mar. 15 sept. 09:00 : Media Institute, débat « Comment le digital change et renouvelle l'offre des médias locaux ». Contact : 01 43 12 15 29

mer. 16 au dim. 20 sept. Festival de la fiction TV de La Rochelle. Contact : 01 40 13 98 09, organisation@festival-fictiontv.com

mer. 16 sept. 08:30 : NPA Conseil, petit déjeuner de presse pour la présentation d'études inédites. C. : 01 74 71 43 80
09:30 : Panasonic, conférence de presse.
19:30 : **TF1**, cocktail de rentrée. Contact : 01 41 41 26 53

jeu. 17 sept. 09:00 : **Orange sport**, conférence de rentrée. Contact : 01 44 44 93 93
10:00 : Passage au tout numérique, conférence de presse sur le lancement de la campagne d'information nationale. Contact : 01 41 49 47 30
11:00 : **Paris Première**, conférence de rentrée. Contact : 01 41 92 78 81
19:00 : **TV5 Monde**, fête des 25 ans et conférence de presse. Contact : thomas.legrand@tv5monde.org

lun. 21 sept. 09:00 : **Téva**, conférence de rentrée. Contact : 01 41 92 68 82

mer. 23 sept. 09:00 : Numericable, présentation des nouvelles offres et services ; bilan 2009 et perspectives 2010. Contact : 01 53 92 80 12
20:00 : **TF6**, conférence de rentrée. Contact : 01 55 62 66 02

mar. 29 sept. 09:30 : **Public Sénat**, conférence de rentrée. Contact : 01 42 34 44 13

sam. 3 et dim. 4 oct. MipCom Junior

lun. 5 au ven 9 oct. MipCom

mer. 4 nov. 15:00 : ACT (Bruxelles) : 2e conférence annuelle sur les 20 ans de la TV commerciale en Europe. C. : 322 738 76 18

PRODUCTION : plan de financement

Nous vous proposons chaque semaine une **rubrique** qui détaille le **plan de financement de productions télévisuelles**. Le plan que nous publions aujourd'hui concerne **Lady Bar 2**, téléfilm produit par **7ème Apache Films** pour **Arte** qui **est diffusé** sur Arte ce soir **vendredi 11 septembre**.

Lady Bar 2

Fiche technique

Film de **90 minutes** - Production : **7ème Apache Films** - Diffuseur : **Arte**.

Genre : fiction

Tournage : en Thaïlande (Bangkok, Krabi, Ko Muk) du 14 juillet au 12 août 2008 et en France (Paris), du 30 juin au 3 juillet 2008.

Budget : 1 285 715 €

Format : HD Cam 16/9ème

Diffusée le 11 septembre 2009 à 20 h 40 sur Arte.

Producteur délégué : Bruno Petit (7ème Apache Films).

Scénariste et réalisateur : Xavier Durringer.

Interprètes : Eric Savin, Bruno Lopez, Edouard Montoute, Dao Paratee.

Résumé : Suite du téléfilm Lady Bar dans lequel un Français, Jean, tombe amoureux d'une prostituée thaïlandaise. Dans cette seconde partie, Jean ramène la jeune femme à Paris.

Plan de financement (en euros) *

Arte	900 000
dont droits de coproduction	450 000
dont droits de diffusion	450 000
TV5	15 245
CinéCinéma	25 000
MG DVD France Télévisions Distribution	25 000
Apport producteur (7ème Apache Films)	320 470
dont part Thaïlandaise	257 110
Total	1 285 715

* Comptes prévisionnels tels que déposés au RPCA

Répartition des dépenses par poste *

	En euros	En pourcentage
Droits artistiques	83 300	6,5 %
Personnel	248 095	19,3 %
Interprétation	126 775	9,9 %
Charges sociales	194 350	15,1 %
Décors/costumes	7 460	0,6 %
Moyens techniques	64 065	5,0 %
Pellicule/labo	75 614	5,9 %
Transports/défraiements/régie	77 774	6,0 %
Assurance et divers	25 647	2,0 %
Frais généraux et imprévus	125 525	9,7 %
Part thaïlandaise	257 110	20,0 %
Total	1 285 715	100 %

* Comptes prévisionnels tels que déposés au RPCA

Rubrique réalisée pour Satellifax par **CLAIR de LUNE**

Édité par Fréquences - Sarl au capital de 10 000 € - Siren 392 774 030 - Satellifax, Hôtel de Retz 9, rue Charlot 75003 Paris
www.satellifax.com **Administration/abonnement** : V. Olasz - Tél 01 40 29 47 48 - Fax 01 73 72 70 36 - office@satellifax.com

Publicité : REMICS Régie, R. Collard 0609773722 remi@remicsetcompagnie.com ; Abonnement : 3 mois 605€ HT ; 1 an : 2 230 €

Rédaction : Tél 01 44 78 04 78 - Fax 01 42 78 70 36 - redaction@satellifax.com - Dir. publication & rédaction : Joël Wirsztel
Rédactrice en chef : Yvane Dréant - Rédaction : Christophe Bottéon, Arnaud Grellier, Virginie Sengès, Thierry Noisette - Collab. : P. Paoli Lebailly, C. Villevet. Secrétaire de rédaction : Maxime Bomier **REPRODUCTION INTERDITE** 14ème année ©2009 Fréquences

En partenariat avec Yacast, nous publions chaque vendredi un **baromètre axé sur les meilleurs écrans des chaînes hertziennes historiques en termes de recettes publicitaires**, accompagné du contexte éditorial lors de la diffusion. Ce baromètre recense l'ensemble des écrans publicitaires classiques diffusés par TF1, F2, F3, F5 analogique (3 h-19 h), Canal+ (en clair) et M6 chaque semaine 24/24 (du lundi 0 h au dimanche 23 h 59 m 59 s), puis les classe par ordre décroissant d'investissement par semaine. Il met ainsi en perspective les résultats d'audience, les bons ou les mauvais coups, les opportunités...

Top 10 des écrans publicitaires en terme de recettes par chaîne – **du lundi 31 août au dimanche 6 septembre**

Code	Jour	écran pub	Investissement (en K€uros) *	nb spots pub ds l'écran	Type d'écran	Emission avant l'écran	Emission après l'écran
TF1	02/09/2009	2110	1 728	22	- intra -	Esprits criminels	Esprits criminels
	02/09/2009	2130	1 598	19	- intra -	Esprits criminels	Esprits criminels
	02/09/2009	2180	1 504	19	- intra -	Esprits criminels	Esprits criminels
	02/09/2009	2060	1 444	18) inter (Météo	Esprits criminels
	01/09/2009	2130	1 426	19	- intra -	Les experts, Miami	Les experts, Miami
	01/09/2009	2110	1 396	18	- intra -	Les experts, Miami	Les experts, Miami
	01/09/2009	2060	1 273	17) inter (Météo	Les experts, Miami
	06/09/2009	2161	1 268	16	- intra -	Mission impossible 3	Mission impossible 3
	06/09/2009	2141	1 268	15	- intra -	Mission impossible 3	Mission impossible 3
	01/09/2009	2180	1 257	18	- intra -	Les experts, Miami	Les experts, Miami
FR2	06/09/2009	1957	92	11) inter (Vivement dimanche prochain	L'agenda du week-end
	01/09/2009	1957	91	12) inter (Météo des plages	Journal
	02/09/2009	1957	91	13) inter (Météo des plages	Journal
	03/09/2009	1950	84	14) inter (Point route	Météo
	06/09/2009	1250	74	11) inter (Tout le monde veut prendre sa place	Rapports du Loto
	04/09/2009	1950	73	12) inter (N'oubliez pas les paroles	Point route
	03/09/2009	1957	73	11) inter (Météo des plages	Journal
	01/09/2009	1250	68	13) inter (Tout le monde veut prendre sa place	Rapports du Loto
	04/09/2009	1957	67	10) inter (Météo des plages	Journal
	05/09/2009	1250	66	10) inter (Tout le monde veut prendre sa place	Point route
FR3	02/09/2009	1956	102	13) inter (19/20 : Journal national	Météo
	01/09/2009	1956	97	12) inter (19/20 : Journal national	Météo
	04/09/2009	1956	85	10) inter (19/20 : Journal national	Météo
	31/08/2009	1956	85	14) inter (19/20 : Journal national	Météo
	06/09/2009	1956	73	11) inter (19/20 : Journal national	Météo
	03/09/2009	1956	71	9) inter (19/20 : Journal national	Météo
	01/09/2009	1925	69	10) inter (Météo	19/20 : Journal national
	03/09/2009	1925	68	9) inter (Météo	19/20 : Journal national
	02/09/2009	1925	65	9) inter (Météo	19/20 : Journal national
	04/09/2009	1925	65	9) inter (Météo	19/20 : Journal national
C+	03/09/2009	2031	149	12	- intra -	Le Grand Journal, la suite	Le Grand Journal, la suite
	02/09/2009	2031	132	11	- intra -	Le Grand Journal, la suite	Le Grand Journal, la suite
	03/09/2009	2010	109	10) inter (Les Guignols de l'info	Le Grand Journal, la suite
	06/09/2009	2032	108	8	- intra -	Canal football club	Canal football club
	01/09/2009	2001	103	9) inter (Le Grand Journal de Canal +	Les Guignols de l'info
	06/09/2009	1345	97	9	- intra -	La semaine des Guignols	La semaine des Guignols
	04/09/2009	2010	93	8) inter (Les Guignols de l'info	Le Grand Journal, la suite
	31/08/2009	2001	87	8) inter (Le Grand Journal de Canal +	Les Guignols de l'info
	03/09/2009	2001	87	7) inter (Le Grand Journal, la suite	Les Guignols de l'info
	06/09/2009	2042	84	7) inter (Canal football club	Rugby
F5	06/09/2009	1230	10	6) inter (Echappées belles	Les escapades de Petitrenaud
	05/09/2009	1857	8	10) inter (Cinemas	
	04/09/2009	1500	7	11) inter (Allô, docteurs !	Safari préhistorique
	06/09/2009	1240	6	5) inter (Les escapades de Petitrenaud	Medias le magazine
	06/09/2009	1242	6	6) inter (Les escapades de Petitrenaud	Medias le magazine
	06/09/2009	1857	6	12) inter (C politique	
	01/09/2009	1857	6	11) inter (C dans l'air	Les escapades de Petitrenaud
	06/09/2009	1810	6	8) inter (Ma première colo	C politique
	31/08/2009	1857	6	12) inter (C dans l'air	Les escapades de Petitrenaud
	02/09/2009	1500	5	7) inter (Allô, docteurs !	Safari préhistorique
M6	04/09/2009	2130	928	19	- intra -	NCIS : enquêtes spéciales	NCIS : enquêtes spéciales
	03/09/2009	2130	731	18	- intra -	Bones	Bones
	04/09/2009	2180	670	20	- intra -	NCIS : enquêtes spéciales	NCIS : enquêtes spéciales
	04/09/2009	2160	668	15	- intra -	NCIS : enquêtes spéciales	NCIS : enquêtes spéciales
	06/09/2009	2160	660	17	- intra -	Capital	Capital
	06/09/2009	2140	656	17	- intra -	Capital	Capital
	01/09/2009	2130	649	18	- intra -	Desperate Housewives	Desperate Housewives
	03/09/2009	2160	637	18	- intra -	Bones	Bones
	01/09/2009	2160	562	15) inter (Desperate Housewives	Desperate Housewives
	04/09/2009	2050	486	21) inter (Déformations professionnelles	NCIS : enquêtes spéciales

Ecrans publicitaires nationaux classiques. Hors sponsoring, autopromotion et partenariat. Hors publicité régionale ou locale.

* Tarifs fournis en K€uros brut HT selon CGV pour TF1, Canal+ et M6. Tarifs fournis en K€uros brut selon CGV pour France 2, F.3 et F.5 analogique.

Copyright Yacast France - 2009. Tous droits réservés - Reproduction autorisée avec mention obligatoire : « Source Yacast France - Satellifax »